

Производство впечатлений в физическом соприсутствии по-прежнему остается базовым, поскольку пребывание в социальных сетях хоть и является распространенной повседневной практикой, все же не является обязательной и фундаментальной. Однако для того подавляющего большинства, которое составляют активные пользователи тех или иных социальных сетей, повседневные, не рефлекслируемые взаимодействия лицом к лицу и представление себя для других требуют развития определенных навыков, усвоения определенных правил и даже традиций, поскольку теперь они становятся расширенными, они приобретают новый онлайн-формат. Представление себя другим в этом формате также происходит посредством знаков, которые в онлайн формате выступают в качестве контента, наполняющего страницу пользователя и к которому он имеет какое-либо отношение. Но произведенное впечатление и сформированное представление в таком случае не являются исчерпывающими (и именно поэтому я говорил именно о расширении практик и взаимосвязи онлайн и офлайн форматов), однако способны «задать тон» взаимодействиям. Значительное место социальных сетей в нашей жизни приводит к тому, что два типа взаимодействий лицом-к-лицу – офлайн и онлайн – с необходимостью должны быть согласованы таким образом, чтобы одно не противоречило другому, поскольку в противном случае личность будет испытывать значительные трудности при взаимодействии с другими людьми. Социальные сети бросают вызов нашим повседневным практикам и теориям, которые способны их объяснить. Проблемы саморепрезентации и взаимодействия лицом к лицу лишь одни из этих проблем.

«РОССИЙСКОЕ ОБЩЕСТВО: МЕЖДУ ВООБРАЖАЕМЫМ И РЕАЛЬНЫМ. ТЕЛЕВИДЕНИЕ КАК ИНСТРУМЕНТ ВОСПРОИЗВОДСТВА ПЕРВОБЫТНЫХ КОНСТАНТ»

К. Е. Мукашева

В условиях постиндустриального общества, мир предстает контейнером бесконечного количества возможностей, которые невозможно реализовать за одну человеческую жизнь, сколь интересной и насыщенной она бы ни была⁴⁵⁴. В современном мире людей, наделенных свободой выбора, не существует такой инстанции, которая бы гарантировала правильность или выгодность того или иного решения. По этой причине перестали создаваться модели идеальных обществ и все некогда жесткие критерии прогресса, идеи всеобщего блага подверглись существенному пересмотру и стали

⁴⁵⁴ Бауман З. Текучая современность. СПб.: Питер, 2008. С. 69.

относительными. В мире, где не существует правильного, оправданного или наоборот в корне неверного жизненного сценария, имеет место принцип обратимости, из чего можно сделать вывод о том, что, если общество потребления – это мир бесконечно-го множества возможностей, то этот мир деонтологизирован, так как, чтобы число возможностей не ограничивалось, ни одна из них не должна быть и не может быть абсолютной, вечной, раз и навсегда данной, не может быть реализованной до конца в полной мере.

Сегодняшнее капиталистическое общество, в том числе и российское – это общество функционирующих машин, соединенных между собой потоками желаний, где одна машина-источник производит, другая машина-орган принимает эти потоки⁴⁵⁵. Все является производством: производством потребления, производством распределения, производством страстей и желаний. Желание обеспечивает всю процессуальность, благодаря ему создается поток. Иными словами, желание заставляет двигаться, заражая желанием желать, оно создает течение. Таким образом, процесс производства является процессом желания, соответственно основное правило производства состоит в том, что бы все время производить, прививать желание производства к произведенному. Так функционирует социальная машина капиталистического общества, соединенные желающие машины которого делают общество организмом, он организован так, что у него нет альтернативного способа организации. Современный мир в силу своей деонтологизированности обладает свойством текучести – все в нем является непостоянным, по этим причинам человек находится в перманентной ситуации смятения, ведь любой осуществленный им выбор, то есть то, что было уже проверено и принято, не защищен от ускользания и разрушения⁴⁵⁶. По этой причине возникает потребность в нечто таком, что имеет устойчивые структуры и защищено от ускользания. Этим нечто выступает миф. Мифологическая «логика» работает и в сфере мышления, и в сфере практического действия, причем независимо от того осознается она субъектом или нет. В чем же причина нового возвращения мифа?

Возрождение мифа можно объяснить неудовлетворенной потребностью современного человека в целостном взгляде на мир. Реальность мира сегодня представляет собой образы, отслаиваемые от каждого аспекта природы и общества, они сливаются в непрерывное движение; мир, в том числе и социальный мир, как бы движется, течет. Потребность в мифе выражает необходимость компенсации в быстро меняющемся мире, который при всем

⁴⁵⁵ Делёз Ж., Гваттари Ф. Анти-Эдип: Капитализм и шизофрения. Екатеринбург: У-Фактория, 2007. С. 14.

⁴⁵⁶ Бауман З. Текучая современность. СПб.: Питер, 2008. С. 70.

своем разнообразии утрачивает глубину и подлинность, то есть он деонтологизирован, о чем мы сказали ранее. Миф в этом случае выполняет функцию упорядочивания. Символичность и статичность мифа гарантируют, с одной стороны, ясность и покой, означающие приостановку социальной динамики, а с другой, наделяют мир готовыми смыслами. Мифологическая символика направлена на то, чтобы через каждое частное явление дать целостный и несомненный образ мира. Нас же в этом контексте будут интересовать два основных аспекта возвращения мифа в современность: во-первых, мы будем рассматривать телевидение как мифотворчество, как средство продуцирования готовых смыслов и воспроизводства первобытных констант, во-вторых, на примере современного российского общества, покажем, насколько производимые телеиндустрией образы, стереотипы, модели поведения эффективны для легитимации власти и создания иллюзии социального единства.

Возрождение мифа в сфере политики помимо общих причин, имеет и еще одну частную, характерную именно для этой сферы культуры: современной политикой успешно эксплуатируется способность мифа выражать символическую причастность индивида к коллективу, в том числе посредством СМИ. Как пишет С. Московичи, «в цивилизованном обществе ... массы возрождают иррациональность, которую считали исчезающей, этот рудимент примитивного общества, полного отсталости и культа богов. Вместо того чтобы уменьшаться в процессе развития цивилизации, ее роль возрастает и укрепляется. Вытесненная из экономики наукой и техникой, иррациональность сосредоточивается на власти и становится ее стержнем. Это явление нарастает»⁴⁵⁷. Увеличение доли иррациональности и использование идеологии как интерпретации действительности в современной России происходит за счет средств массовой информации, в особенности за счет телевидения. Телевидение сегодня – это не просто средство массовой информации, метод воздействия на общество, это по сути среда обитания современного российского человека. Телевидение остается самым популярным средством получения информации среди российского населения. Медиапотребление за последние годы выросло до восьми – девяти часов в сутки, из них около пяти часов, среднестатистический россиянин тратит на просмотр телевизионного продукта. Таким образом, можно говорить о телевидении как о феномене, прочно встроенном в структуры повседневности современного общества. Что же это значит? Находясь в сфере повседневности, телевидение беспрепятственно и легко воздействует на аудиторию, транслируя те или иные установки, ценности, модели поведения

⁴⁵⁷ Московичи С. Век толп. М.: Центр психологии и психотерапии, 1996. С. 61–66.

и стереотипы. И этим весьма ловко пользуются представители властных структур для легитимации собственной власти. Образы и события, ставшие медийными, воспринимаются зрителем бессознательно или аффективно, этот процесс можно сравнить с употреблением пациентом гомеопатического препарата, имеющего накопительный эффект. Организм не отвергает малые дозы этого препарата, со временем привыкая к дозировкам и воспринимая его «как должное». Если представить российское общество в виде организма, а СМИ тем самым препаратом, то мы увидим следующее: телевидение выступает в качестве действенного механизма воспроизводства первобытных констант и архаических принципов социального действия. Иными словами, телевидение выступает в роли жреца, который с помощью определенных приемов легитимирует власть вождя и обеспечивает соблюдение племенных законов. В отличие от первобытного общества, в котором миф творится людьми, в российском обществе медиа-жрецы сами конструируют мифы и транслируют те ценностные установки, которые легитимируют существующий в данном обществе порядок господства. Для этого применяются различные инструменты.

Во-первых, повсеместная эксплуатация общего исторического прошлого народа, выраженная в непрекращающейся трансляции на эфирных телевизионных каналах фильмов и сериалов о Великой Отечественной войне или историй жизни культурных героев, образ которых на данный момент выгоден власти. Этот процесс можно охарактеризовать как формирование ретроспективности мышления у аудитории и как следствие – нежелание и боязнь не-что нового, другого.

Во-вторых, на главных каналах страны действует принцип избирательности фактов, который заключается в том, что те факты, которые противоречат интересам и привилегиям власти, попросту замалчиваются, а значит и вовсе не существуют для телезрителя. Такая информационная монополия позволяет с легкостью создать свою собственную версию действительности или медиа-миф.

В-третьих, ведется контроль над «информационным рационом» человека. Хорошо постороенной системой манипулирования на телевидении является такая, что при обилии передач и разнообразии точек зрения, она создает и использует одни и те же стереотипы и внушает один и тот же набор главных желаний. Различие взглядов конструируется – на экране разрешается быть кем угодно – и консерватором, и либерал-демократом, но при условии, что структура мышления у них одинакова. Если же такая схема не срабатывает, то телевидение пользуется принципом «потопления сообщения», когда аудитории выдается масса преимущественно количественных данных, для «потопления» сути сообщения.

В-четвертых, как мы уже отмечали, самый эффективный способ внедрения идеологически верных посылок в структуры мышления общества происходит путем встраивания в повседневные практики. Редукционизм современного телевидения представляет собой сведение реальных общественных проблем к предельно упрощенным и легким для восприятия утверждениям. Человек воспринимает сообщения без усилий и безоговорочно, без внутренней борьбы и критического анализа. Таким образом, телевидение как бы возвращает человека в логику бинарных оппозиций «свой-чужой», «плохо-хорошо», которые свойственны традиционным обществам. Такая подача маскирует причинно-следственные связи, а значит делает мышление суеверным и следовательно, внушаемым.

И наконец, пятый инструмент воздействия на аудиторию — это утверждение и повторение. Редукционизм, о котором говорилось ранее, позволяет достаточно легко сформулировать главную мысль, а затем внушить ее аудитории в виде утверждения. По этой причине, на сегодняшний день в российском вещании имеет место ярко выраженная тенденция к уменьшению диалоговых жанров ТВ-программ и растущая популярность псевдо аналитических программ.

Вышеперечисленные механизмы, используемые российскими СМИ можно считать действительно эффективными, поскольку общество не только нуждается в медиа-мифе, но и само активно присваивает и распространяет транслируемые с телеэкранов высказывания и идеи. Ярким примером может послужить консолидация российского общества на фоне конфликта на Юго-востоке Украины, когда медийный лозунг «русские своих не бросают» реально воплотился в осуществлении архаического принципа кровной мести.

Таким образом, общество, находится в ситуации, в которой невозможно отделить воображаемое от реального, желаемое от действительного. Что еще раз доказывает, что «...власть осуществляется через иррациональное. ... Политика — это рациональная форма использования иррациональной сущности масс»⁴⁵⁸.

С другой стороны, и телевидение, по мнению ряда исследователей само по себе «как бы возвращается на новом витке цивилизации, на новом техническом уровне к формам синкретической коммуникации, существовавшим на ранних стадиях развития человека»⁴⁵⁹.

В результате различных манипуляций с иррациональным началом зрительских масс и постоянным воспроизводством

⁴⁵⁸ Там же.

⁴⁵⁹ Нечай О. Ф. Телевидение как художественная система. Мн.: Наука и техника, 1981. С. 69.

архаичных структур мышления, таких как аффективность, ретроспективность, прибегание к бинарным оппозициям и связыванию фактов по принципу бриколажа, телевидение обеспечивает высокие рейтинги существующей власти и легитимирует любые ее действия. Поэтому, можно сделать вывод о том, что миф в современном обществе не утратил своего значения как важной формы общественного сознания и представления о действительности. Таким образом, сегодняшнее российское общество живет в условиях нового медиа-мифа, который поддерживает и сохраняет в определенных первобытные константы, обеспечивающие высокие рейтинги существующей власти и визуального нивелирования реальных противоречий.

ДИСКРИМИНАЦИЯ ЭТНИЧЕСКИХ МЕНЬШИНСТВ (НА ПРИМЕРЕ ЦЫГАН)

Л. А. Нестерова

На сегодняшний день «этнические меньшинства» является одной из центральных при рассмотрении различных социальных процессов и явлений в современном обществе. Сам феномен этнических меньшинств по своей сущности социален, который проявляется в обществе. Представления об этнических меньшинствах являются одним из основных регуляторов группового и межгруппового взаимодействия, этот феномен фактически, лежит в основе национальной политики государства.

Стоит напомнить, что этнические меньшинства – это, как правило, группа граждан, численно уступающая остальному населению государства и не занимающая господствующего положения, члены которой имеют этнические, религиозные или языковые отличия от остального населения и демонстрируют солидарное желание сохранить свое культурное своеобразие и групповую целостность.

Чем вызван интерес к проблеме дискриминации этнических меньшинств (на примере цыган)? Во-первых, тем, что в Российской Федерации живет более миллиона цыган. Цыгане – очень заметное и пристрастно оцениваемое меньшинство в нашей стране. Однако в процентном соотношении они и не являются преобладающей долей населения России, как в некоторых странах Центральной Европы.

Во-вторых, русскому обществу свойственно особое отношение к цыганам. Бытует мнение, что Россия является единственной страной, где цыган всегда любили, они были востребованы, в частности цыганская культура (певцы, танцоры, цыганский романс,